

УДК 339:004.738.5

**М.І. Попова, канд.техн.наук***Кіровоградський національний технічний університет*

## Електронний бізнес в Україні

В статті розглянуто ситуацію, що склалася нині в Україні у сфері електронного бізнесу та визначені стримуючі фактори і шляхи розвитку електронного бізнесу в країні.

**електронний бізнес, електронна комерція, електронна торгівля, платіжна картка, Інтернет-технології, телекомунікації**

Основою будь-якого виду сучасного бізнесу є ті чи інші засоби комунікації. Інтернет сьогодні – це такий же засіб комунікації, як телебачення, радіо чи періодичні видання. Для нього характерна така місткість, інтерактивність і охоплення регіонів, що недоступна для будь-яких інших засобів масової інформації. Таким чином, якщо газети виходять певним тиражем у окремому регіоні, а телебачення – у межах будь-якої країни чи регіону, то мережа Інтернет – це засіб комунікації без кордонів.

Виникає питання: “А що таке електронний бізнес?”. Електронний бізнес – це ділова активність, що використовує можливості глобальних інформаційних мереж для перетворення внутрішніх і зовнішніх зв’язків компанії з метою створення прибутку. Електронний бізнес треба розглядати як систему взаємопов’язаних елементів: електронної комерції, електронного маркетингу та електронного постачання. Але, так як електронна комерція є основною складовою електронного бізнесу, то в сучасній літературі часто ці поняття використовують як рівнозначні.

Разом із впровадженням нових технологій, компанії матимуть змогу краще прогнозувати свій бізнес та ефективно відслідковувати попит. Тому для ведення електронної комерції компанії повинні досягнути певного рівня упорядкованості власних бізнес-процесів.

Сфера електронного бізнесу в Україні знаходиться на етапі розвитку. Вітчизняні суб’єкти підприємницької діяльності мають незначний досвід у використанні можливостей електронного бізнесу і, як наслідок, програють у конкурентній боротьбі. Тому організації та підприємства потребують розробок, які змогли би допомогти їм використовувати мережу Інтернет з метою підвищення ефективності їх діяльності. На це звертають увагу багато вчених [1-4]. Але для найшвидшого включення України в міжнародні системи електронної торгівлі необхідно звернути увагу на те, без чого неможливий розвиток електронної комерції. Тому метою даної роботи є оцінка стану електронного бізнесу в Україні на сьогодні, виявлення стримуючих факторів розвитку та означення умов, без яких неможливий розвиток України в галузі електронної комерції.

Електронна комерція, що з’явилася в останнє десятиріччя в більшості розвинутих країн світу, сьогодні перетворилася на потужний чинник росту світової економіки, а також підйому національних економік. США як перша країна, що використовує технології електронної комерції, є на сьогодні світовим лідером у цій сфері. Тенденції електронної комерції в Європі найближчим часом розвиватимуться в напрямку зміцнення і росту Інтернет-економіки. В найближчі два роки очікується триразове збільшення користувачів електронної комерції. Це спричинить збільшення обсягів продаж у 20 разів. Стрімке зростання числа користувачів Інтернету призведе до того, що в цьому регіоні світу половина населення буде мати доступ до Інтернету.

Найбільший ринок електронної комерції характерний для Німеччини (30% загального обсягу), далі йдуть Великобританія (23%) та Франція (9%) [5].

Розвиток систем електронної комерції в Україні стримується через недостатньо широке розповсюдження електронних грошей та не завжди безпечним застосуванням пластикових карток. Через підвищений рівень ризику електронного бізнесу не кожний банк відкриває рахунки для прийняття грошей на них через мережу Інтернет. Тому найчастіше українські онлайн-компанії та фізичні особи застосовують платіжні системи на основі електронних грошей замість пластикових карток.

Для повної реалізації електронної комерції в Україні необхідно вирішити такі основні проблеми: низька платоспроможність населення; слабка розвиненість системи постачання товарів та відсутність юридичних норм та положень; питання, які стосуються права власності для товарів, що розповсюджуються електронним способом, конфіденційності особистих даних і наявності сертифікаційних систем.

Треба відзначити, що в останні роки багато українських банків стали надавати держателям платіжних карток на своїх банкоматах широкий комплекс додаткових послуг: оплата послуг операторів мобільного зв'язку, наперед оплачені послуги операторів міжнародного зв'язку, послуги Інтернет-провайдерів, страхувальників, комунальні платежі тощо. Водночас до останнього часу банки, хоча й закупували банкомати з депозитною функцією (приймання готівкових коштів), практично її не виконували і такої послуги не надавали клієнтам.

Отже, про повноцінний розвиток ринку платіжних карток за підсумками 2003 р. наразі говорити зарано, оскільки вони ще не стали для населення реальним платіжним засобом, хоч оборот з їх використанням у торгово-сервісній мережі збільшився майже вдвічі протягом минулого року.

Робота платіжних систем в Україні свідчить, що картки в основному використовуються для отримання готівки, тому надзвичайно важливою є державна підтримка карткового бізнесу – створення необхідних умов для поліпшення структури грошового обігу за рахунок масових безготівкових платежів із використанням карток і скорочення частки готівкових розрахунків [2].

За останні роки зростання українського сегменту Інтернету (UANet) відзначається в усіх напрямках. Аудиторія UAnet подвоювалася щороку за останні три роки і за різними оцінками складає від 2% до 4% населення. UAnet – це понад 12 тис. українських сайтів, які у вересні 2001 року відвідали 2,18 млн. чол. Відзначається щомісячне зростання відвідувачів UAnet більше ніж на 15%. Регулярна аудиторія користувачів UAnet, що проживають в Україні, - 450 тис. чол., а користувачів Інтернету в Україні – від 750 тис. до 2 млн. чол. [6].

Оскільки рівень розвитку країни оцінюється за рівнем її інформатизації і ріст інформаційних технологій та Інтернет прямо впливають на економічне зростання країни, завданням України найближчим часом є якнайшвидше включитися в системи міжнародної електронної торгівлі і підтримувати ріст Інтернет-економіки у всіх сферах економічної діяльності.

Основна перевага електронної торгівлі полягає в тому, що вона створює можливості для зниження витрат. Використання сучасних інформаційних технологій у торгівлі дає змогу значно підвищити оперативність отримання інформації, особливо у міжнародних і міжрегіональних відносинах. Помітно скорочується цикл виробництва і продажу, усуваються посередники, що значно знижує споживчу вартість товару. З впровадженням дешевих засобів комунікацій зменшуються витрати, пов'язані з обміном інформації.

Використання Інтернет-технологій в електронній торгівлі дає компанії можливість легко і швидко інформувати партнерів та клієнтів про продукти і послуги,

вона стає для них відкритішою. При цьому головними проблемами подальшого розвитку електронної комерції залишаються довіра, законодавство і безпека.

Для найшвидшого включення України в міжнародні системи електронної торгівлі необхідно сконцентрувати зусилля суспільних інститутів і урядових структур у досягненні певних умов, без яких неможливий розвиток України в галузі електронної комерції:

а) Наявність достатнього числа користувачів Інтернет на рівні 10% населення, що, на підставі закордонного досвіду, може вважатися критичною масою подальшого росту користувачів, попиту на Інтернет-послуги, росту реклами й електронної торгівлі.

б) Широке впровадження базового устаткування, комп'ютерів і телекомунікацій, що забезпечить належний рівень розвитку інфраструктури телекомунікацій, ступінь персоналізації телекомунікацій, нарощування їх потужності.

в) Досягнення світових стандартів у галузі програмного середовища, мережних протоколів, програмних мов передачі й опрацювання даних.

г) Стимулювання якнайшвидшого розвитку інфраструктури мережі: розвиток Інтернет-магазинів, мережних бізнес-структур в усіх сферах бізнес-операцій, операторів мережі на базі законодавчих і регламентуючих заходів. Створення двох-трьох великих національних Інтернет-порталів.

д) Якнайшвидше впровадження професійних та загальних знань і навичок роботи в мережі Інтернет на всіх рівнях освітньої системи.

є) Розвиток внутрішнього споживчого ринку, поліпшення купівельної спроможності населення шляхом досягнення стійкого економічного росту.

Сьогодні у зв'язку з розвитком інформаційно-телекомунікаційних технологій найбільш гостро постає питання про технологічне відставання, що збільшується, для країн, що розвиваються, від розвинутих країн стосовно світових процесів Інтернет-технологій і електронної комерції.

Для всіх країн в майбутньому буде особливо важливим те, наскільки вони включені або не включені в процеси міжнародної електронної торгівлі. Особлива роль належить державі в організації інформаційної політики, забезпеченні особистої безпеки громадян України, контролі інформаційних процесів і потоків та взаємовідносин Інтернету із політичними і суспільними інститутами, органами масової інформації.

## Список літератури

1. Дяченко В., Гута А. Передумови переходу до широкого використання електронної комерції в Україні // Вісник Тернопільської академії народного господарства. – Тернопіль: Економічна думка, 2002. – Вип. 8-2. – С. 172-174.
2. Харченко В. Підсумки діяльності банків України на ринку платіжних карток у 2003 році // Вісник НБУ, квітень 2004. – С. 24-29.
3. Кравець В. Інтернет-комерція в Україні // Вісник НБУ, березень 2004. – С. 9-12.
4. Решетніков П. Досвід використання інформаційних технологій у банківській справі // Вісник НБУ, квітень 2004. – С. 40-43.
5. European information technology observatory, EITO-2000. – Frankfurt on Main, 2000.
6. <http://www.gs.spylog.com.ua/research/Uanet-2001-10-11.html>.

В статье рассмотрена ситуация, сложившаяся в Украине на данный час в сфере электронного бизнеса, определены сдерживающие факторы и пути развития электронного бизнеса в стране.

In clause the situation developed in Ukraine at the given o'clock in sphere of electronic business is considered, deterrents and ways of development of electronic business to the country are determined.